

Empfehlungen in der Ansprache von Jugendlichen im beruflichen Alltag

Schülerinnen und Schüler nutzen untereinander eine eigene Sprache. Dies führt zu der Frage, wie die Kommunikation mit ihnen im Berufsalltag gestaltet werden sollte.

Mit dieser Frage beschäftigten sich am 12.11.2019 Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft im Austausch mit Jugendlichen im Rahmen der Veranstaltung „Läuft bei Dir? Jugendsprache im Berufsalltag“ und entwickelten folgende Empfehlungen für Arbeitgeber:

Authentisch bleiben

Wichtig ist, dass der Arbeitgeber in der Sprache und im Auftritt „bei sich“ bleibt. Jugendsprache wird nur unter Jugendlichen akzeptiert und erreicht nicht die erwünschte Wirkung, wenn sie von Erwachsenen genutzt wird.

Bei der Ansprache von Jugendlichen wird empfohlen, die Zielgruppe möglichst in den Prozess zu integrieren. Arbeitgeber können z. B. bei der Formulierung von Stellenanzeigen Azubis mit einbinden.

„Du“ versus „Sie“

In der schriftlichen Ansprache von Jugendlichen wird das „Du“ empfohlen. Es setzt die Hemmschwelle für die Jugendlichen herab, die bei einer Ansprache mit „Sie“ eventuell denken, dass sie den Voraussetzungen einer Stelle nicht entsprechen könnten.

Im persönlichen Gespräch wird dagegen das „Sie“ als wertschätzend empfunden.

Transparenz

Es ist wichtig, dass das Unternehmen sich transparent präsentiert und vermittelt, wen und welche Fähigkeiten und Charaktere es sucht.

Werbewege identifizieren

Jugendliche informieren sich in Social Media, dort platzierte Werbung erreicht Viele. Wird Werbung in Verbindung mit Influencerinnen und Influencern geschaltet, sollte darauf geachtet werden, dass diese zum Unternehmen passen, damit die Anzeige authentisch bleibt.

Bei der Suche nach (Ausbildungs-)Stellen informieren sich Jugendliche auch auf den Homepages von Unternehmen. Es wird ein moderner – wenn möglich internationaler – Webauftritt empfohlen. Jugendliche wünschen sich direkte Ansprechpartner/innen für die ausgeschriebenen Stellen, die sie unkompliziert per E-Mail kontaktieren können.

Der Zielgruppe „entgegenkommen“

Bei Ansprache von Jugendlichen ist es effektiv, sich in der Schule zu präsentieren, da die Schüler hier direkt erreichbar sind. Die Hemmschwelle, externe Veranstaltungen zu besuchen, schreckt ab.

Workshops im Unternehmen und Betriebserkundungen führen zu direktem Kontakt mit den Jugendlichen. Selbst wenn diese sich im Nachgang nicht für eine Stelle bewerben, können sie das Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen und somit in der Zielgruppe bekannter machen.

Der richtige Moment

Den Zeitraum zwischen Schulabschluss und Beginn der Berufsausbildung bzw. Studium nutzen viele Schulabgänger – vor allem Abiturienten – für die eigene berufliche Orientierung. Recruitingmaßnahmen in diesem (engen) Zeitfenster sind daher erfolversprechend und werden von Jugendlichen daher empfohlen.